

Pengaruh Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Pabrik Kelapa Sawit terhadap Pengembangan Wilayah di Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Effect of Programs Corporate Social Responsibility (CSR) Palm Oil Company to Development of the Region in the District of South Labuhanbatu

Abdul Rajab Pasaribu

Universitas Sumatera Utara
Sumatera Utara
abdrajab60@yahoo.com

Abstract: Corporate Social Responsibility Is a concept whereby companies decide to contribute to the community. The term CSR as a corporate social responsibility is still debated. The business world also seems still giddy with the word "responsibility" and the role of the business world with his the CSR is expected in the process of sustainable development in Indonesia. This research uses the Eksplanatoris method to implement a design survey of South Labuhan Batu Regency. Partially variable positive and influential role of Government significantly to implementation of CSR. Partially variable is positive and significant effect of CSR to the development of the region. Partially variable role of Government the positive and significant effect on the development of the region. where Government's role more dominant variables when compared with the variables of CSR

Keywords: Corporate Social Responsibility, development of the region, sustainable development

1. PENDAHULUAN

Konsep pengembangan wilayah lahir dari suatu proses iteratif yang menggabungkan dasar-dasar pemahaman teoritis dengan pengalaman-pengalaman praktis sebagai bentuk penerapannya yang bersifat dinamis. Dengan kata lain, konsep pengembangan wilayah merupakan penggabungan dari berbagai teori dan model yang senantiasa berkembang dan telah diujicobakan dan kemudian dirumuskan kembali menjadi suatu pendekatan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan pembangunan. Selain beberapa konsep pengembangan wilayah yang telah dirumuskan beberapa ilmuwan, peneliti dalam tulisan ini mencoba mengusulkan pendekatan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang dapat dijadikan sebagai indikator pengembangan wilayah.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan untuk berkontribusi kepada masyarakat. Istilah CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan masih diperdebatkan. Dunia usaha juga sepertinya masih gamang dengan kata 'tanggung jawab', padahal peran dunia usaha dengan CSR-nya sangat diharapkan dalam proses pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan

perusahaan tidak lagi dihadapkan kepada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tetapi tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008).

Definisi CSR boleh saja beragam, tetapi dari beragam definisi tersebut ada satu kesamaan bahwa CSR tak bisa lepas dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, negara dan lingkungan. Artinya perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga teralienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat ditempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya, karena pengembangan CSR kedepan mengacu pada konsep pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian melalui tanggungjawab sosial perusahaan harus mampu mengintegrasikan ekonomi, sosial, dan lingkungan kedalam strategi bisnis dan aktivitas mereka tanpa harus terjebak pada persoalan-persoalan hukum. (melis, Carta dan Rio : 2009).

Sayangnya kita masih mendapati praktek CSR yang berbentuk *philanthropy capitalism* atau bentuk



kamuflase praktek kapitalisme yang berbentuk dengan ciri-ciri :

1. Pengelola CSR adalah yayasan yang dibentuk perusahaan, sehingga perputaran uang tetap diperusahaan tersebut,
2. Penerimaan manfaat tidak ikut menentukan pilihan program
3. Agenda program CSR ditentukan oleh perusahaan
4. Regulasi pemerintah tentang CSR berdasarkan agenda perusahaan (Ardianto dan Machfidz : 2011).

Berdasarkan kondisi ini perilaku para pengusaha masih beragam. Dari mulai kelompok yang sama sekali tidak melaksanakan sampai kelompok yang telah menjadikan CSR sebagai nilai inti (*core value*) dalam menjalankan usaha.

Kotler and Nancy (2005) menggolongkan konsep CSR memiliki dua bentuk/pendekatan yakni:

1. Pendekatan Tradisionil dimana perusahaan hanya menjalankan CSR sebagai kewajiban semata atau memenuhi amanah Undang-Undang,
2. Pendekatan baru yakni perusahaan menjalankan CSR sebagai strategi bisnis.

Menurut Anatan (2008), penerapan CSR harus berada dalam koridor strategi perusahaan untuk mencapai tujuan dasar bisnis perusahaan. Pengembangan CSR memerlukan tahapan yang sistematis dan kompleks.

1. Di mulai dengan upaya melihat dan menilai kebutuhan masyarakat dengan cara mengidentifikasi masalah yang terjadi dan mencari solusi yang tepat.
2. Perlu dibuat rencana aksi beserta anggaran, jadwal, indicator evaluasi, dan sumberdaya yang diperlukan bagi perusahaan.
3. Melakukan monitoring kegiatan melalui kunjungan langsung atau melalui survey.
4. Melakukan evaluasi secara regular dan melakukan pelaporan untuk dijadikan panduan strategi dan pengembangan program selanjutnya.

Evaluasi dilakukan pula dengan membandingkan hasil evaluasi dari internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Untuk mendukung dan menjamin tercapainya tujuan pelaksanaan CSR dan mencapai keseimbangan yang efektif antara lingkungan dan pembangunan diperlukan engaturan yang baik (*good governance*) yang melibatkan pemerintah sebagai salah satu pelaku dalam system pengaturan (Rees,2006).

Saat ini, kegiatan program CSR dalam usaha memperbaiki kesejahteraan masyarakat dibagi dlam tiga kategori,yakni:

1. Kegiatan program CSR yang bersifat charity, yakni dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan. Kegiatan seperti ini hanyalan mempunyai dampak “menyelesaikan masalah sesaat” terhadap masyarakat, hampir tidak ada dampak pada kesejahteraan masyarakat;
2. Kegiatan program CSR yang membantu usaha kecil secara parsial. Saat ini makin banyak

perusahaan yang menyadari pentingnya pendekatan CSR yang berorientasi pada peningkatan produktifitas dan mendorong kemandirian masyarakat, salah satu bentuk kegiatannya adalah membantu usaha kecil,

3. Kegiatan program CSR yang berorientasi membangun daya saing masyarakat, seperti program Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi dan Infrastruktur dirancang sinergis dengan penguatan ekonomi sehingga mampu meningkatkan indeks pembangunan manusia pada tingkat local (Situmorang,2010).

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan Perkebunan Pabrik Kelapa Sawit di Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara. Wilayah Kabupaten Labuhanbatu Selatan sebagian besar adalah lahan perkebunan yang dikategorikan dalam bentuk perkebunan besar, sedang maupun kecil yang dikelola perusahaan maupun oleh masyarakat biasa. Luas perkebunan di Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah 193.326 Ha yang terdiri dari perkebunan Kelapa Sawit 162.549 Ha, perkebunan Karet 30.777 Ha, kawasan hutan seluas 62.607,65 Ha, tanaman pangan seluas 3.549 Ha. Bangunan dan fasilitas umum seluas 7.133 Ha serta penggunaan lainnya 44.984 Ha.

Melihat potensi luas perkebunan kelapa sawit dan potensi industri hulu yang mengolah hasil perkebunan yaitu pabrik kelapa sawit, penulis ingin menguji pengaruh penerapan CSR dari perusahaan-perusahaan pabrik kelapa sawit terhadap pengembangan wilayah Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menguji pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Pabrik Kelapa Sawit di Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
2. Menguji dan menganalisa apakah terdapat pengaruh Pemerintah Kabupaten dalam mendorong pelaksanaan CSR di Kabupaten Labuhanbatu Selatan dan,
3. Menguji dan menganalisa apakah terdapat pengaruhnya penerapan CSR terhadap Pengembangan Wilayah

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain Eksplanatoris dengan menerapkan Metode survey di Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Populasi penelitian ini dibagi kedalam tiga kategori :

1. Seluruh Perusahaan Pabrik Kelapa Sawit yang ada di Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
2. Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Selatan
3. Masyarakat Labuhan Batu Selatan sebagai stakeholder.

Masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini tersebar di 4 (empat) Kecamatan yang terdiri dari tokoh masyarakat, LSM dan tokoh agama dengan

pertimbangan merupakan masyarakat yang berada disekitar perusahaan.

Adapun yang menjadi sampel penelitian ini dikategorikan kedalam tiga kelompok. *Pertama*, untuk perusahaan diwakili oleh manajer perusahaan disetiap perusahaan. *Kedua*, untuk pemerintah Kabupaten diwakili oleh Kepala Dinas Pendidikan, Kesehatan, Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi serta Bappeda, Camat, Lurah dan Kepala Desa. *Ketiga*, untuk masyarakat dipilih berdasarkan distribusi masing-masing tempat dimana perusahaan beroperasi yang tersebar di 4 (empat) Kecamatan di Kabupaten Labuhanbatu Selatan, yaitu Kecamatan Kota Pinang, Kampung Rakyat, Torgamba dan Sungai Kanan. Sedangkan kecamatan Silangkitang tidak ada pabrik yang beroperasi.

Jumlah sampel yang digunakan 100, kemudian data yang digunakan ada 2 (dua) : *Pertama*, data sekunder data ini berupa laporan-laporan yang diperoleh dari perusahaan pabrik kelapa sawit yang telah membuat program CSR. *Kedua*, data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sampel penelitian baik dari perusahaan, pemerintah kabupaten maupun masyarakat sendiri.

Metode yang digunakan adalah dengan metode survey melalui sejumlah kuesioner, dengan Variabel dan Indikator Penelitian sebagai berikut :

1. Variable Peran Pemerintah, yang Indikatornya adalah Informasional, Ekonomi, dan Kemitraan
2. Variable Pelaksanaan Corporate Social Responsibility, dengan Indikator Perencanaan Program, Implementasi Program, dan Pendampingan Program.
3. Variable Pengembangan Wilayah, dengan Indikator Bidang Ekonomi, Kesehatan, Pendidikan, dan Infrastruktur.

Teknik Analisa data menggunakan (1). Uji statistic Deskriptif, (2). Uji Validitas dan Reliabilitas, (3). Uji asumsi Klasik dan Uji Hipotesis dengan (1). Uji F (simultan), (2). Uji T (Uji Parsial), (3). Pengujian Determinasi, (4). Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan CSR di Pabrik Kelapa Sawit

Pelaksanaan CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara sosial, ekonomi dan lingkungan (Untung, 2008).

Di Kabupaten Labuhanbatu Selatan, cara pandang pelaksanaan CSR di Pabrik Kelapa Sawit masih beragam, pelaksanaan CSR bukan merupakan program kreatif yang bertujuan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan melainkan sebagian

besar diantaranya hanya memenuhi regulasi pemerintah, filantropi sesuai visi pendiri atau pemegang saham. Akibatnya program CSR yang dijalankan seringkali tidak terencana dengan baik, berkelanjutan dan kurangnya koordinasi dengan pemerintah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan perusahaan, pemegang saham dan manajemen perusahaan sangat mendukung pelaksanaan CSR. Hal ini disebabkan perusahaan sangat menyadari bahwa CSR menjadi tuntutan yang tak terelakkan. Untuk mencapai tujuan perusahaan bukan hanya dipengaruhi faktor internal saja melainkan juga oleh masyarakat sekitar. Untuk itu perusahaan memandang bahwa dengan adanya program CSR dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan kelompok masyarakat.

Beberapa program yang dilakukan seperti melakukan kemitraan antara petani plasma dengan perusahaan, pembinaan petani sawit rakyat sekitar kebun, membantu membangun fasilitas pendidikan sekolah dasar, membangun infrastruktur jalan dan jembatan, rumah ibadah, fasilitas kesehatan (ambulance) serta kegiatan sosial kemasyarakatan seperti peningkatan keterampilan jahit menjahit untuk ibu-ibu, budidaya perikanan dan lain-lain.

Agar pelaksanaan CSR lebih berhasil guna perusahaan mengalokasikan anggaran untuk pelaksanaan CSR, sayangnya banyak perusahaan yang belum menetapkan alokasi pendanaan CSR secara tetap, kebanyakan masih berdasarkan kemampuan dan kesanggupan perusahaan, sehingga seringkali program CSR tidak berkesinambungan.

Secara garis besar kegiatan-kegiatan CSR bisa dikategorikan dalam 3 bentuk yakni *event*, *campaign* dan *program* (komala : 2009). Munculnya pelaksanaan CSR diawali rasa filantropis, namun semakin meningkatnya cara berfikir masyarakat semakin kritis ditambah arus informasi yang semakin mudah diakses oleh masyarakat. Secara ideal program CSR yang ada haruslah memberdayakan masyarakat dimana masyarakat harus diajak mandiri dan berpartisipasi. Partisipasi merupakan komponen penting dalam menumbuhkan kemandirian dan proses pemberdayaan.

Pelibatan unsur masyarakat dan pemerintah, dalam penentuan program dapat pula mengurangi resiko kegagalan akibat kurangnya dukungan selama pelaksanaan program. Penentuan program yang melibatkan masyarakat (secara partisipatoris) dan dengan mempertimbangkan kebutuhan mereka diyakini dapat menjamin diperolehnya dukungan yang dimaksud. Pelaksanaan CSR yang melibatkan masyarakat secara langsung biasanya dengan bantuan pihak ketiga seperti Konsultan, LSM dengan melakukan sosialisasi terbatas kepada pamong atau pemerintah. Lembaga intermediasi atau penghubung dan juga kalangan akademik dapat memberikan petunjuk, bimbingan dan dalam melaksanakan CSR dilapangan. Keberhasilan proyek juga sangat



tergantung pada partisipasi masyarakat dan pemahaman pada kebutuhan setempat.

Dalam perencanaan tidak semua perusahaan mengkomunikasikan programnya kepada masyarakat sasaran. Kebanyakan masih menyusun program kerja berdasarkan keinginan perusahaan dalam melakukan kegiatan. Kurangnya partisipasi dari masyarakat dan stakeholder terlihat dari hasil penelitian bahwa proses perencanaan Program CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Wilayah.

3.2. Peran Stakeholder Perusahaan Dalam Pelaksanaan CSR

Stakeholder merupakan orang atau kelompok yang langsung atau tidak langsung terkena proyek, serta mereka yang mungkin memiliki kepentingan dalam proyek dan atau kemampuan untuk mempengaruhi hasil, baik positif maupun negatif. Stakeholder (pemangku kepentingan) kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi (freeman, 2004). Peran stakeholder dalam mendukung program pelaksanaan CSR sangat vital bagi perusahaan.

Pencapaian kinerja sosial dan lingkungan perusahaan sangat membutuhkan dukungan penuh dari pemegang saham. Berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada beberapa perusahaan, perusahaan sangat mendukung program CSR. Mereka menyadari bahwa perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada pemegang saham saja melainkan seluruh stakeholder. Terutama stakeholder yang berpengaruh langsung terhadap kelangsungan perusahaan maka hubungan harus dibina dan bersifat konstruktif.

Seharusnya perusahaan menempatkan CSR bagian integral dari rencana bisnis perusahaan karena antara CSR dan bisnis merupakan bagian tak terpisahkan. Agar program CSR berjalan dengan efektif maka perlu ada struktur khusus atau bagian khusus yang mengatur CSR dalam struktur Organisasi Perusahaan. Sehingga kegiatan dan informasi yang dibutuhkan oleh stakeholder dari perusahaan bisa diakomodasi dan disalurkan dengan cepat dan tepat sasaran. Untuk itu dibutuhkan cara berfikir visioner dari top level manajemen tentang CSR. Paradigma CSR yang menghambur-hamburkan sumber daya perusahaan harus dibuang jauh-jauh. Perusahaan harus menyadari bahwa untuk tumbuh dan berkembang perusahaan perlu didukung oleh masyarakat. Perusahaan menikmati hasil saat ini karena hasil kerja keras Pemerintah dan Masyarakat.

Sosdia, wolfie dan seth (2007) menyatakan bahwa keuntungan perusahaan adalah by product dari kemampuan perusahaan dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Irwan Mahyudin Habsjah, Komisaris BTPN (2011) menyebutkan bahwa CSR adalah bagian dari strategi bisnis. Dengan adanya program

CSR akan mengurangi kemiskinan yang berujung pada pencapaian MDGs, Yaitu Memberantas Kemiskinan dan Kelaparan, Mewujudkan Pendidikan dasar untuk semua, Mendorong kesetaraan Gender dan Pemberdayaan Perempuan, Menurunkan angka kematian anak, Meningkatkan Kesehatan Ibu, Memerangi HIV/AIDS, Malaria, serta penyakit lainnya, Memastikan Kelestarian Lingkungan dan Mengembangkan Kemitraan Global untuk Pembangunan.

Menurut Jalal (2011) perusahaan perlu menyusun stakeholder panel atau panel pemangku kepentingan dimana panel ini memberi pandangan dan rekomendasi kepada perusahaan terkait dengan isu-isu yang terjadi di masyarakat serta memberikan jaminan atas kebenaran informasi atas laporan CSR yang diterbitkan perusahaan.

Untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan CSR, walaupun belum terstruktur dengan baik kebanyakan perusahaan memiliki struktur organisasi untuk pengelolaan program CSR. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan walaupun beberapa perusahaan telah memiliki struktur organisasi yang mengurus bagian CSR namun implementasi bagian tersebut belum efektif, kebanyakan perusahaan belum memiliki stakeholder mindset hal ini terlihat sistem pelaksanaan CSR yang tidak transparan, perencanaan program yang kurang melibatkan masyarakat, LSM dan pemerintah, tidak adanya stakeholder panel dan laporan CSR tahunan.

Secara geografi masyarakat pada pabrik kelapa sawit digolongkan pada tiga kelompok yakni Ring 1, Ring 2 dan Ring 3. Ring satu adalah mereka yang tinggal disekitar Pabrik Kelapa Sawit, Ring Dua adalah mereka yang tinggal berdekatan dengan pabrik kelapa sawit tetapi masih satu area kecamatan. Ring tiga adalah mereka yang tinggal di area Kabupaten.

Pendekatan program CSR yang dilakukan pada Ring satu harusnya menyusun program CSR yang memberikan dampak kepada masyarakat yang tinggal disekitar pabrik dengan cara memberdayakan perekonomian masyarakat, memberikan sarana prasarana dan meningkatkan kapasitas serta daya saing masyarakat sekitar.

Mitchell, Agle dan Wood (1997) menyebutkan untuk melihat pemangku kepentingan mana yang harus diprioritaskan perlu dilihat siapa yang memiliki legitimasi dan urgensi. Perusahaan bisa saja memiliki legitimasi sedangkan pemangku kepentingan memiliki kekuatan yang dapat mengancam kelangsungan perusahaan. Misalnya masyarakat dapat memblokir jalan menuju perusahaan, LSM dapat menyebarkan berita, kampanye, liputan media yang dapat merugikan.

3.3. Peran Pemerintah Terhadap Pelaksanaan Program CSR

Permasalahan pembangunan sangat kompleks, pemerintah menghadapi keterbatasan (*constarin*) bukan hanya anggaran untuk melaksanakan program dan kegiatan diberbagai bidang pembangunan, tetapi juga masalah sumber daya manusia, geografi yang sangat luas dan bencana alam. Dengan adanya keterbatasan anggaran dan kompleksnya permasalahan pembangunan, maka sangat penting untuk meningkatkan focus kegiatan pembangunan pada program prioritas yang dampaknya dirasakan oleh masyarakat yaitu meningkatkan pelayanan kesehatan, pendidikan dan Pembangunan Infrastruktur.

Dilain pihak, dunia usaha melaksanakan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR. CSR yang dilaksanakan yaitu meliputi pelayanan kesehatan, pendidikan dan pemeliharaan lingkungan serta kegiatan sosial lainnya. CSR merupakan domain perusahaan yang tidak terlepas dari bisnis yaitu meningkatkan citra atau image suatu brand dibenak masyarakat atau konsumen.

Berdasarkan hasil uji annova terlihat nilai F bahwa variabel independen Peran Pemerintah yang terdiri dari kemitraan, ekonomi dan informasional secara serentak berepengaruh positif dan signifikan terhadap pelaksanaan CSR.

Sejauh ini Peran Pemerintah di sejumlah Negara di Asia belum cukup memahami CSR dengan baik karena mereka masih menganggap CSR hanya sebatas kegiatan bagi-bagi uang dari perusahaan. Dalam hal ini, CSR hanya dianggap sebagai kegiatan filantropi atau pajak social. Oleh sebab itu edukasi bagi aparat pemerintah agar bisa memahami CSR secara lebih komprehensif menjadi penting, mengingat pemerintah adalah salah satu pemangku kepentingan yang berperan besar dalam mendorong pencapaian target CSR.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial terlihat variabel informasional berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pelaksanaan CSR. Hal ini berarti pemerintah Kabupaten Labuhan Batu Selatan hendaknya bekerja sama dengan perusahaan sehingga tercipta harmonisasi program pembangunan dengan program CSR. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan membentuk Forum CSR di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Forum ini mempunyai tugas selain menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perencanaan, pengawasan, dan pelaksanaan CSR juga bias melaksanakan evaluasi dan kajian tentang keberhasilan implementasi CSR tersebut, selain itu Forum ini bertujuan untuk menghindari adanya tumpang tindih peruntukan CSR diberbagai Kecamatan dan juga sebagai wadah untuk meningkatkan efektifitas program CSR. Hasil wawancara dan pengamatan penulis, penyaluran CSR dari berbagai perusahaan mengalami permasalahan karena tidak tepat sasaran dalam pelaksanaan. Hal ini disebabkan karena tidak adanya perencanaan oleh perusahaan tersebut dan juga belum ada regulasi oleh pemerintah daerah berupa Peraturan Daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan

dibentuknya forum CSR, maka akan terpetakan Desa/Kelurahan yang akan dibantu dengan CSR dan program apa yang cocok dengan daerah tersebut.

Hasil pengujian secara parsial terlihat variabel ekonomi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pelaksanaan CSR. Hal ini berarti perusahaan belum merasa mendapatkan manfaat ekonomis dari Pemerintah Daerah. Sebenarnya manfaat ekonomis yang diterima perusahaan yang telah menjalankan CSR diberikan dalam bentuk 3 dukungan. *Pertama*, Pemerintah Kabupaten Labuhan Batu selatan akan memfasilitasi para mitra CSR dengan untuk berkomunikasi dengan masyarakat, sehingga memudahkan mereka untuk menjalankan berbagai program CSR. *Kedua*, Pemerintah Kabupaten Labuhan Batu Selatan akan membangun infrastruktur kelokasi tempat perusahaan beroperasi. *Ketiga*, Pemerintah Kabupaten Labuhan Batu Selatan akan berupaya untuk memberi dukungan non finansial secara profesional kepada perusahaan mitra CSR seperti pengurusan izin, pengembangan kawasan dan sebagainya.

Variabel kemitraan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pelaksanaan CSR. Suratmo (2008) menyebutkan bahwa kegiatan kemitraan mirip dengan sebuah aktifitas sosial dari perusahaan, namun disini masih ada aroma bisnisnya. Masing-masing pihak harus memperoleh keuntungan. Ada 3 manfaat yang akan diperoleh perusahaan yang telah menjadi mitra CSR. *Pertama*, merupakan pencitraan bagi perusahaan CSR. *Kedua*, para mitra CSR akan mendapatkan penghargaan berupa sertifikat dari pemerintah daerah, karena perusahaan telah ikut membantu mengatasi masalah lingkungan, pendidikan dan kesehatan. *Ketiga*, sertifikat yang diberikan pemerintah daerah merupakan nilai tambah bagi perusahaan.

Hasil penelitian Tse (2008) melaporkan bahwa perusahaan perusahaan dengan ikatan yang lebih kuat dengan para stakeholder utama, mencakup Pemerintah dan masyarakat akan lebih berhasil dalam persaingan global dan dalam pencapaian tujuan jangka panjangnya dibanding perusahaan perusahaan yang memiliki ikatan yang lemah. Korporasi dituntut bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja bagi stakeholder. Kegiatan kemitraan diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan peran CSR. Dari hanya bersifat charity menuju pemberdayaan masyarakat dan pelaksanaan CSR yang sifatnya berkelanjutan dimana perusahaan turut mendorong dan mengembangkan keahlian masyarakat.

3.4. Peran CSR Dalam Pengembangan Wilayah

CSR bukanlah *public relations*, melainkan tentang apa yang perusahaan lakukan dengan keuntungannya,



bagaimana perusahaan memilih apa dan dimana berinvestasi serta bagaimana dampaknya bagi masyarakat. Program CSR telah dilaksanakan oleh banyak perusahaan untuk meningkatkan *Multiplier Effect*. Konsep CSR menghendaki dalam setiap operasional bisnis dengan memperhatikan lingkungan, serta praktik CSR terintegrasi dengan manajemen bisnis itu sendiri.

Berdasarkan uji simultan variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap peran pengembangan wilayah. Hal ini berarti bahwa responden melihat pentingnya pelaksanaan CSR secara komprehensif dan terarah. Ciri program CSR yang baik akan terlihat bahwa CSR menjadi bagian kegiatan operasi bisnis, menghasilkan manfaat kelanjutan menyediakan pemecahan masalah yang saling menguntungkan.

Beberapa program CSR yang dapat dilakukan perusahaan untuk pelestarian lingkungan adalah program ramah lingkungan, pengurangan pemakaian energi listrik, konservasi energi, penghematan air, penghijauan, peremajaan pohon dan sebagainya. Sedangkan untuk keterampilan bias dengan pelatihan budidaya perikanan, pelatihan jahit menjahit. Untuk bidang pendidikan perusahaan membantu fasilitas sekolah dasar, memberikan beasiswa dan sebagainya. Untuk bidang infrastruktur, perusahaan memberikan bantuan perbaikan jalan, irigasi, rumah ibadah. Untuk bidang kesehatan perusahaan memberikan bantuan fasilitas ambulance.

Dari hasil pengujian secara parsial variabel perencanaan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pengembangan wilayah. Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa pengaruh proses perencanaan tidak signifikan terhadap pengembangan wilayah hal ini karena proses perencanaan belum sepenuhnya melibatkan masyarakat bahkan sering terkesan bersifat ceremony belaka. Ardianto dan Machfudz (2011) menyatakan program CSR membutuhkan pemahaman yang komprehensif sehingga program yang dijalankan terstruktur, sistematis, berkelanjutan dan terukur. Buminta dkk (2004) menyatakan keterlibatan masyarakat sangat terkait dengan keberlanjutan kegiatan perusahaan. Adanya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan diharapkan munculnya kemitraan dan tanggungjawab bersama.

Agar CSR berjalan maksimal, program yang bersifat charity harus diminimalkan. Perusahaan haruslah mulai mengembangkan program berkelanjutan seperti program pengembangan ketrampilan, pengembangan generasi muda sehingga dengan adanya CSR akan mendorong terciptanya lapangan pekerjaan, pengembangan SDM, meningkatkan pendapatan dan mengurangi kemiskinan. Dari pengamatan dan wawancara belum banyak program-program yang berkelanjutan dilaksanakan oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Nursahid di tiga BUMN (2006) yang menyimpulkan bantuan sosial yang diberikan lebih bersifat karitatif (charity). Bantuan belum

memikirkan aspek keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat secara optimal, selain itu perusahaan belum memiliki cetak biru (blue print) dan perusahaan belum melibatkan *voluntary* dalam pelaksanaan program.

Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan pelaksanaan CSR selama ini *Standart Operating Procedure* nya masih belum jelas. Perusahaan-perusahaan masih menempatkan seseorang yang mengkoordinir masalah CSR ini adalah orang-orang yang tidak berkompeten atau orang-orang yang tidak mempunyai kemampuan dalam masalah CSR. Contohnya mereka yang ditempatkan pada departemen SDM yang menangani CSR atau dari Humas, sehingga pelaksanaan CSR menjadi tidak fokus. Untuk itu dibutuhkan SOP yang jelas dan data terpilah sehingga pelaksana benar-benar tepat sasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Lawrence dan Weber (2008) CSR bermakna bahwa suatu korporasi harus bertanggungjawab terhadap tindakan-tindakannya yang berdampak terhadap masyarakat, komunitas dan lingkungan.

Uji parsial berikutnya adalah variabel implementasi (pelaksanaan) berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pengembangan wilayah. Ada beberapa faktor internal pendukung keberhasilan pelaksanaan CSR yakni komitmen dari Top management, kepedulian staf terhadap lingkungan termasuk niat dan tanggungjawab pribadi yang besar terhadap lingkungan, motivasi staf, integrasi dan komunitas internal, pilot project, pelibatan pemerintah, masyarakat, lembaga swadaya masyarakat.

Secara parsial uji variabel pendampingan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan wilayah. Agar program pendampingan berhasil perusahaan perlu mengkomunikasikan program sehingga ada kesepahaman antara masyarakat sebagai penerima program dan perusahaan sebagai pendana program. Setelah itu perusahaan dan masyarakat bersama sama melakukan pemantauan karena keberhasilan program CSR tidak diperoleh dalam waktu yang singkat dibutuhkan waktu panjang, konsisten, terukur dan terus menerus.

Agar pelaksanaan CSR lebih berhasil guna, setiap daerah perlu dibentuk Forum musyawarah masyarakat. Forum ini bertujuan untuk mencapai hasil CSR yang berkelanjutan seperti :

1. Menyediakan prasarana penting yang tidak mampu disediakan oleh warga setempat, terutama untuk penduduk di daerah terpencil.
2. Mendorong pengembangan modal sosial di masyarakat dengan bermitra dengan para pemangku kepentingan, sesuai dengan Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusia yang tersedia.
3. Mengembangkan skala ekonomi melalui aspirasi masyarakat setempat, selain menggugah kesadaran bahwa peningkatan sumber daya masyarakat akan didukung oleh pemerintah.

3.5. Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Wilayah

Berdasarkan hasil uji Anova terlihat bahwa variabel independen Peran Pemerintah yang terdiri dari Kemitraan, Ekonomi dan Informasional secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelaksanaan pengembangan wilayah. Hal ini menunjukkan peran pemerintah sangat penting dalam pembangunan suatu daerah atau wilayah. Era otonomi dimana kepala daerah sudah dipilih langsung masyarakat seharusnya pemerintah daerah memainkan peran yang berbeda bukan hanya sebagai administrator saja melainkan ahli strategi pembangunan wilayah. Pemerintah seharusnya lebih kreatif dalam mencari sumber-sumber pembiayaan pembangunan diluar pajak daerah atau bantuan dari pusat.

Secara parsial variabel informasional berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan wilayah. Hal ini berarti pemerintah daerah harus mampu mengkomunikasikan program pembangunannya kepada stakeholder. Pemerintah daerah hanya mengandalkan APBD dalam membiayai pembangunan. Masyarakat semakin kritis, tuntutan pelayanan publik semakin tinggi, kebutuhan semakin tinggi membuat pemerintah daerah harus mampu mencari sumber-sumber pembiayaan pembangunan diluar APBD. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan menginformasikan dan mengkomunikasikan kebutuhan pembangunan kepada perusahaan.

Variabel ekonomi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan wilayah. Hal ini berarti bahwa dinamika perkembangan ekonomi memicu pengembangan wilayah sehingga wilayah Kabupaten berkembang. Perekonomian suatu wilayah akan tumbuh sebagai dampak pemberian kemudahan berupa prasarana dan sarana. Pergerakan ekonomi akan memicu aksesibilitas pergerakan barang dan jasa, termasuk modal disuatu wilayah. Sasarannya adalah pertumbuhan dan pemerataan pembangunan. Dengan membangun sarana dan prasarana dilokasi yang tepat, tentu pertumbuhan ekonomi akan pesat.

Variabel kemitraan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan wilayah. Pemerintah Daerah memiliki peran penting dalam menggalang dana pihak ketiga melalui kemitraan pembangunan akan bisa lebih berhasil guna.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Secara simultan variabel CSR dan Peran Pemerintah secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Wilayah. Kemudian secara parsial variabel Peran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelaksanaan CSR dan uji parsial variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Wilayah. Variabel Peran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Wilayah. Dimana variabel Peran Pemerintah lebih dominan bila dibandingkan dengan variabel CSR. Berdasarkan uji analisis jalur variabel Peran Pemerintah terhadap pelaksanaan CSR, hanya variabel informasional dan variabel kemitraan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan pengaruh variabel ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pelaksanaan CSR. Berdasarkan uji analisis jalur variabel pelaksanaan CSR terhadap Pengembangan Wilayah, hanya variabel pendampingan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel implementasi dan perencanaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pengembangan Wilayah.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, bahwa Variable pelaksanaan CSR hanya indikator pendampingan yang memiliki pengaruh terhadap Pengembangan Wilayah, sedangkan indikator implementasi dan perencanaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan, oleh karena itu disarankan :

1. Agar dikeluarkan surat keputusan Bupati Kabupaten Labuhanbatu Selatan, tentang Forum CSR yang bertugas antara lain agar Program Pembangunan yang dilaksanakan Pemerintah tidak tumpang tindih dengan yang dilaksanakan melalui Program CSR, dan Program CSR akan lebih baik dan tepat sasaran.
2. Dikeluarkan Peraturan Daerah Kabupaten Labuhanbatu Selatan tentang pedoman pelaksanaan CSR dilingkungan perusahaan terutama program Kemitraan dan Bina lingkungan.

Untuk lebih mensinergikan dan lebih focus lagi pelaksanaan CSR di Kabupaten Labuhanbatu Selatan agar dalam struktur organisasi salah satu SKPD ada yang khusus menangani CSR.

Program CSR harus bagian dari Pembangunan Kabupaten Labuhanbatu Selatan, oleh Karena itu dalam MUSRENBANG Kabupaten Labuhanbatu Selatan harus dimasukan program CSR. Pembangunan yang tidak bisa direalisasi oleh



pemerintah ditawarkan kepada Forum CSR yang akan membangunnya.

5. REFERENSI

- Achda, B. T., (2006). Konteks Sosilogis perkembangan CSR dan Implementasinya di Indonesia, *Proceeding seminar nasional: A Promise of Gold Rating: Sustainable CSR*, Jakarta.
- Ardianto, E. & Machfudz, D., M. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*, Elex Media, Jakarta.
- Badjuri, A. (2011). Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia, *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 38-54.
- Chariri, A. (2011). *Teori Legitimasi dan Pengungkapan Sosial-Lingkungan*. Retrieved from <http://staff.undip.ac.id/akuntansi/anis/2011/04/21/teori-legitimasi-pengungkapan-sosial-lingkungan/>
- Clay, J. (2005). *Eksploring the links between Internasional Business an Poverty reduction: A Case Study of Unilever In Indonesia*. An Oxfam GB, Novib, Oxfam an unilever Indonesia Joint research project, Oxfam GB, Novib Oxfam, Netherland and unilever.
- Diana, Z. & Sukmawati, I.P.P.H. (2003). Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap reaksi Investor (Studi Kasus pada perusahaan Hight Profile di Bursa efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi VI*.
- Dahli, L. & Siregar, V.S. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Devina, F., Suryanto, L., & Zulaikha. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap pengungkapan social dalam laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*, 4, 161-177.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VII*.
- Fajar, M. (2010). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia, Studi tentang Penerapan dan ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Fahrizki, A. (2010). *Faktor-faktor yang mempengaruhi CSR*. Unpublished Thesis, Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2008). *Membuat Program CSR berbasis pemberdayaan Partisipatif*. E book.
- Hahn, T., Figge F., & Barkemeyer, R. (2007). Sustainable Value Creation among Companies in the Manufacturing Sector. *International Journal of Environmental Technology and Management*, 7, 496-512.
- Herawati, V. (2008). Peran Praktek Corporate Governance sebagai oderating Variable dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Jalal. (2011). *Konsep dan Teori Pemangku Kepentingan*. Pelatihan Manajemen Pemangku Kepentingan, Bogor 18-19 mei 2011. Retrieved from <http://csrindonesia.com/data/articles/>>
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Publik Relations*. Jakarta, Indonesia: Grafty.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Kuntari, Y. & Sulistyani, A. (2007). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Leter Quality (LQ 45) Tahun 2005*. ASET, 9 (2), 494-515.
- Marlina, M.A. (2008, March 28). Pentingnya Implementasi Corporate Social Responsibility pada Masyarakat Indonesia. Retrived from <http://mamrh.wordpress.com/2008/07/21/53/>
- Norhadi. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- Rajagukguk, E. *Konsep DAN Perkembangan Pemikiran tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Retrived from <http://www.Ermanhukum.com>
- Rakhiemah, A.N. & Agustia, D. (2009). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang*.
- Retno, S.H., Mulyandari, Swastomo, W., Wibowo, C.T, Situmeang, I. O. (2010). *Implementasi CSR Dalam Mendukung Pengembangan Masyarakat Melalui Peningkatan Peran Pendidikan*.
- Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: MedPres.
- Rice, R. C. (1983). The Origin of Basic Economic Ideas and their Impact one New Order Polices. *Bulletin of Indonesia Economic Studies*, 19(2), Agustus.
- Rifai, B. (2012, October 22-28). Mengoptimalkan Peran Pemerintahan Lokal dalam Tanggung

- Jawab Sosial Perusahaan Daerah. *Majalah Bisnis dan CSR*.
- Suharto, E. (2007). *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*. Retrived from <http://www.policy.hu/suharto>.
- Sutopoyudo. (2009). *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan Sutopoyudo's Weblog at*. Retrived from <http://www.wordpress.com>.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Sosial Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Urip, S. (2004). *Strategi CSR Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. Tangerang: Literati
- Wahyujatmiko, B. S. (2012, October 22-28). Tantangan CSR Sawit di Areal Transmigrasi. *Majalah bisnis dan CSR nomor 31*.
- Zeghal, D & Ahmed, S.A. (1991). Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 3(1), 38-53.

